



Coffee to go

Café et mondialisation

Documentaire, dès 14 ans

Réalisation : Andreas Gruber

Production : Provinzfilm International, Autriche 2009

Caméra : Stefan Linn, Gerald Hötzeneder, Ludwig Löckinger

Montage : Rosana Saavedra Santis, Birgit Foerster

Langue : allemand, partiellement sous-titré

Sous-titres : français, italien

Durée : 25 minutes

Matériel pédagogique : Birgit Henökl-Mbwisi, Peter Meier ; traduction : Martine Besse

Thèmes : commerce équitable, commerce mondial, café

Contenu

Après le pétrole, le café est la matière première la plus commercialisée au monde, ce qui représente un chiffre d'affaires colossal. La grande question concerne toutefois la répartition du « gâteau » dans le monde. Qui reçoit les parts substantielles, qui se contente des miettes ? Quelle est la provenance du café et qui y gagne ? Ce film nous fait comprendre de manière très concrète ce que nous révèle chaque tasse de café sur le système de la mondialisation, généralement désavantageux pour les pays producteurs. Mais le commerce équitable nous offre une alternative. Gumutindo, une petite coopérative de cultivateurs de café en Ouganda dont la production est artisanale montre qu'il existe d'autres voies que le commerce de café conventionnel. L'exemple de cette coopérative met en évidence la forme que pourraient prendre des structures de production et de commerce différentes et équitables.

Le réalisateur

Né en 1954 à Wels/Haute-Autriche, Andreas Gruber s'est formé comme scénariste et réalisateur à la « Hochschule für Musik und darstellende Kunst » à Vienne. Depuis 1978, il travaille comme réalisateur indépendant (cinéma et télévision).

Informations générales

La Suisse, plaque tournante du commerce de café dans le monde

(Résumé et traduction d'un article de Romeo Regenass, Tages-Anzeiger du 14.07.2009)

Les trois quarts du commerce de café à l'échelle mondiale ont lieu en Suisse. Les entreprises commerciales sont peu connues ; on est mal informé aussi du fait que Starbucks, Nestlé, Kraft Foods ou Sara Lee ont leurs centrales d'achat en Suisse. Comme c'est le cas pour le pétrole ou d'autres matières premières, le café n'est pas importé « physiquement » ; les marchands se limitent, en Suisse, à diriger les flux du commerce mondial.

Les acteurs de ce marché peuvent être répartis en deux groupes : d'une part les marchands indépendants comme Volcafé ou Bernhard Rothfos Intercafé qui fait partie du groupe allemand Neumann. Il y a par ailleurs des entreprises qui achètent le café pour les multinationales « mères ». Taloca par exemple livre le café pour les marques Kraft-Foods Jacobs et Maxwell House, Decotrade le fait pour Senseo et Douwe Egberts de Sara Lee, tandis que Cofiroasters approvisionne l'Italien Segafredo Zanetti.

La multinationale Nestlé achète pour ses marques comme Nescafé ou Nespresso en partie directement chez les producteurs, mais se fournit aussi auprès des intermédiaires actifs dans le monde entier – par exemple auprès du groupe Neumann. Comme d'autres commerçants interviennent également, les quantités totales achetées doivent être interprétées avec prudence.

Contrairement à ces achats et à ces ventes réels, les options et les contrats à terme qui font l'objet des transactions aux bourses du café de New York et Londres ne sont pas présents physiquement. Ils concernent une quantité dix fois supérieure au café réellement existant. Pour minimiser les risques relatifs au prix, les commerçants assurent leur position à la bourse.

Ce volume colossal est en rapport avec l'effondrement de la bulle spéculative. Les « Hedge Funds » avaient découvert les matières premières comme nouvelle catégorie pour les affaires spéculatives. Avec des effets négatifs – car peu prévisibles – pour le prix du café. Les spécialistes avertis attribuent aussi la baisse actuelle à l'influence de la spéculation. Au Vietnam par exemple, un pays qui produit avec un succès croissant du café à bas prix de l'espèce Robusta, le prix n'a plus jamais été aussi bas que maintenant depuis plus de deux ans. Ceci a eu pour effet que les producteurs ont demandé au gouvernement de constituer des réserves de café au niveau national afin de répondre à la baisse du prix. Le Brésil aussi, premier pays cultivateur de café, soutient aujourd'hui le prix du café.

Franz Fischler et l'économie de marché écologique et sociale

L'Autrichien Franz Fischler a occupé la fonction de commissaire de l'UE pour l'agriculture et le développement rural de 1995 à 2004. Il est actuellement président de l'« Ökosoziales Forum » (forum écologique et social) : cette plate-forme indépendante des partis à laquelle participent différents pays a pour but de faire connaître l'idée de l'économie de marché écologique et sociale et de la traduire par une action concrète. L'économie de marché écologique et sociale est un modèle de politique économique, environnementale et sociale qui associe à l'économie de marché sociale une exploitation/production durable et la protection de l'environnement en tant que catégories politiques. Au moyen de taxes incitatives, de la prise en compte des coûts externes et d'instruments de pilotage, l'économie devrait devenir plus responsable et durable, c'est-à-dire mieux adaptée aux défis de l'avenir dans le domaine économique, écologique et social.

Cinq bonnes raisons qui plaident pour le commerce équitable (FLO – Fairtrade Labelling Organizations)

- Economie : garantie d'un prix minimum et d'une prime fairtrade en faveur de projets destinés à la communauté
- Société : renforcement et encouragement des producteurs, décisions démocratiques concernant l'utilisation de la prime, amélioration des conditions de travail
- Environnement : liste des substances interdites, soutien de la culture biologique
- Certification et contrôle des coopératives de producteurs et des petites plantations
- Les consommateurs et consommatrices peuvent investir directement dans le développement des régions défavorisées de l'hémisphère sud.

Objectifs d'apprentissage

- Les participant-e-s sont invités, par le biais du film, à réfléchir aux conditions inégales qui régissent aujourd'hui le commerce mondial.
- Les participant-e-s étudient les termes et les slogans du néolibéralisme et de ses opposants et essaient de définir leur position personnelle.
- Les participant-e-s se familiarisent avec le contexte économique mondial du commerce du café.
- Les participant-e-s réfléchissent à l'exigence de créer des règles de concurrence équitables valables dans le monde entier afin d'instaurer un partenariat mondial.
- Les participant-e-s se familiarisent avec les possibilités et les limites du commerce équitable en se référant à leur comportement en matière de consommation ; ils réfléchissent aux possibilités qu'ils ont d'agir concrètement.

Suggestions didactiques**Suggestion 1****Marché libre – commerce équitable – commerce subventionné***But :*

Les participant-e-s essaient de définir les notions de marché libre, commerce équitable, commerce subventionné et analysent dans quelle mesure chacune des formes est adaptée à notre époque.

Matériel :

fiche pratique 1, 4-5 ordinateurs (un ordinateur par petit groupe), papier pour affiches ou flipchart (tableau papier), crayons

Consignes de travail :

Etape 1 : travail individuel

Chacun-e reçoit une copie de « Marché libre – commerce subventionné – commerce équitable » (**cf. fiche pratique 1**) et remplit entièrement les bulles.

Etape 2 : discussion par deux

Les participant-e-s se regroupent par deux et discutent de ce qu'ils ont noté concernant les différentes notions.

Etape 3 : Travail en petits groupes

On constitue un groupe pour chaque thème : groupe 1 : « Marché libre », groupe 2 : « Commerce subventionné », groupe 3 : « Commerce équitable ». Chaque groupe met en commun ce qu'il a déjà trouvé lors du travail individuel et du travail par deux puis effectue une recherche sur Internet afin de trouver des définitions et des exemples pour chaque notion.

A l'aide des informations récoltées, chaque groupe conçoit une affiche qui met en évidence les avantages et les inconvénients, en particulier ce que le type de commerce concerné fait/ne fait pas.

Etape 4 : Plénière

Chaque groupe présente son affiche. Discussion en guise de conclusion.

Suggestion 2**Aid for Trade**

Dialogue écrit/dialogue « sans paroles »
(méthode courte en utilisant les citations de Fischler dans le film)

Objectif :

Les participant-e-s étudient les citations du film et analysent ainsi leur approche personnelle, leur opinion personnelle sur la mondialisation

Matériel :

Déclarations/citations sur le commerce mondial empruntées au film (**document à photocopier no 1**), crayons, papier pour flipchart, 4 tables

Consignes de travail :

Tous les participant-e-s regardent le film.

Ensuite, les participant-e-s se répartissent en 4 petits groupes (groupes de 4-5 personnes). Quatre citations de Franz Fischler tirées du film sont disposées sur les tables (**cf. document à photocopier no 1**) sur de grandes feuilles de papier (pour flipchart) ; des crayons sont à disposition.

Chaque personne note ce qu'elle pense de cette citation sur l'affiche qui se trouve devant elle, par exemple :

- Que signifie cette citation à mon avis ?
- Quelle est ma position, quelle est mon interprétation ? Dans quelle mesure suis-je plutôt d'accord avec cette citation ; dans quelle mesure suis-je plutôt en désaccord avec cette citation ?
- Que voulait bien dire la personne qui a prononcé ces mots ?
- Que voulait-on dire dans le film en utilisant cette citation ?

En suivant le sens des aiguilles d'une montre, les groupes se déplacent et lisent les commentaires/les points de vue des autres sur les différentes affiches, ajoutent leur commentaire personnel, notent leur avis à propos du point de vue exprimé par les autres ou de la citation, etc.. Cette opération se poursuit jusqu'à ce qu'on ait terminé le tour (4x) ou jusqu'à ce que l'affiche soit remplie et qu'on n'ait plus envie d'écrire.

Evaluation :

Les groupes retournent à la citation de départ (au point de départ), lisent tout ce qui a été écrit, prennent une nouvelle feuille de papier et répondent aux questions suivantes :

- Quels sont les thèmes qui ressortent de ce dialogue sans paroles ?
- Quels sont les commentaires contradictoires qui sont apparus ?
- Quels sont les avis positifs/négatifs sur cette citation ?

Les résultats sont présentés en plénière par chaque groupe.

Suggestion 3**Partenariat mondial – Règles du jeu mondiales**

(méthode longue en utilisant les citations de Fischler dans le film)

Objectif :

A partir des déclarations de Franz Fischler, les participant-e-s étudient l'Objectif du Millénaire pour le développement (OMD) no 8 « Mettre en place un partenariat mondial pour le développement » ainsi que les objectifs partiels no 12, 13, 16 et 17 ; ils analysent quelles sont les possibilités de le mettre en œuvre au niveau mondial, la responsabilité que portent les pays riches et quel pourrait être le défi pour les pays pauvres.

Matériel :

Papier pour flipchart, citations (**document à photocopier no 2**), OMD 8 (**document à photocopier no 3**), crayons

Consignes de travail :

Etape 1 :

Former alors quatre groupes qui continueront de travailler sur les quatre déclarations de Franz Fischler (voir **document à photocopier no 2**) :

Chaque groupe lit la citation qui lui a été attribuée et la transcrit (éventuellement en la résumant ou en ne reprenant que des extraits) sur une feuille de papier pour flipchart à disposition sur chaque table. Tous les membres du groupe notent les associations qui leur viennent spontanément à l'esprit, dans le cadre d'une sorte de « brainstorming » (Alternative : au lieu d'écrire, les participant-e-s parlent et discutent)

Questions possibles pour la discussion en groupe :

- Que veut-on dire par cette citation, de quoi s'agit-il ?
- Qui interpelle-t-on ? A qui s'adresse cette déclaration ?
- Quel effet espère-t-on obtenir, quels pourraient être les changements occasionnés ainsi (dans le monde) ?
- Qui devrait agir au niveau mondial et de quelle manière pour que les problèmes mentionnés dans la citation puissent être écartés et que l'on puisse satisfaire les éventuelles requêtes ?

Etape 2 :

En l'an 2000, tous les chefs d'Etat et de gouvernement de tous les pays membres de l'ONU ont adopté la « Déclaration du Millénaire » et ont pris l'engagement de réduire de moitié la proportion des gens qui vivent dans une pauvreté absolue. Les Objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) se résument en huit points ; l'objectif no 8 « Partenariat mondial pour le développement » concerne en particulier les pays industrialisés. Il est demandé aux pays riches d'investir davantage dans la coopération au développement, de résoudre le problème de l'endettement des pays pauvres et de rééquilibrer le système commercial au profit des pays les moins développés.

Les participant-e-s discutent ensuite de ce que l'on entend par « partenariat mondial », respectivement de l'interprétation qu'ils donnent à cette formule.

Les participant-e-s se répartissent ensuite à nouveau en quatre petits groupes et chaque groupe reçoit un objectif partiel de l'OMD 8 (voir **document à photocopier no 3**).

Chaque groupe discute de l'objectif partiel à l'aide des questions :

- Qu'entend-on par cet objectif partiel ? Pourquoi demande-t-on cela ?
- Quelle responsabilité portent les politiciens et les politiciennes en poste ?
- Que pourrait-on atteindre ainsi dans le monde ? Y a-t-il un exemple ou une proposition concrète quant à la manière dont on pourrait atteindre cet objectif ?
- Quelle serait la physionomie du monde si cet objectif était atteint ?
- Qu'est-ce que je ferais si j'étais responsable ou si j'avais une fonction en tant que politicien ou politicienne ?
- De quelle manière faudrait-il impliquer les multinationales et les marchés financiers les plus influents pour que ces objectifs puissent se réaliser concrètement ?

Etape 3 :

Pour terminer, les résultats sont mis en commun en plénière ; les participant-e-s établissent éventuellement un catalogue de revendications à l'adresse des politiciens/politiciennes suisses et l'envoient.

(voir aussi www.alliancesud.ch)

Suggestion 4**Pomme ou tarte aux pommes ? ou : Que veut dire création de valeur ?***Objectif :*

A l'aide d'un exemple simple emprunté à la cuisine, les participant-e-s prennent conscience de ce que l'on entend dans le film par création de valeur ; au cours de la discussion, ils s'intéressent à l'importance de cette donnée dans le contexte mondial.

Matériel :

Des pommes ou d'autres fruits (apportés par les participant-e-s, si possible de la région/de leur jardin), pâte feuilletée, un peu de sucre, un peu de cannelle, four, 5 ordinateurs avec connexion Internet (un ordinateur pour quatre participant-e-s)

Consignes de travail :

Etape 1 :

Regarder le film ensemble.

Etape 2 :

Confectionner ensemble une tarte aux pommes

Les participant-e-s apportent des pommes (ou d'autres fruits) et réfléchissent pour quel prix ils pourraient vendre 1 kilo. Ils apportent aussi de la pâte feuilletée, un peu de sucre et de la cannelle.

Les participants confectionnent ensemble une tarte aux pommes avec de la pâte feuilletée.

Pendant que les participant-e-s dégustent la tarte (ou attendent qu'elle soit prête), ils calculent le prix de la tarte (le temps de travail, le coût des autres ingrédients, le courant, évent. les frais d'investissement pour que la cuisine soit utilisable ; il se peut que la tarte soit une spécialité, que la demande soit très forte ; le prix peut être un peu augmenté pour que le bénéfice soit plus important, car elle sera de toute manière achetée puisqu'on la convoite ardemment. Il se peut aussi que je fasse un bénéfice meilleur en vendant la tarte morceau par morceau ...)

Et quelle est la différence de prix entre une tarte (vendu morceau par morceau) et un kilo de pommes à l'état brut ?

Les participant-e-s définissent ensemble la signification de la notion « création de valeur ».

Complément : la capsule Nespresso est un exemple de choix pour illustrer la chaîne de création de valeur. Investiguer sur le succès de ce produit « tendance » ; chercher les raisons de ce succès ; mettre en évidence les avantages et les inconvénients ; évaluer le potentiel qu'aurait le Nespresso dans le domaine du commerce équitable.

Etape 3 :

Recherche sur Internet par petits groupes

Un ordinateur doté d'une connexion à Internet devrait être à la disposition de chaque groupe de 4 participant-e-s. On forme cinq petits groupes (ou plus) qui s'occuperont chacun d'un pays particulier : 1. Suisse, 2. Ouganda, 3. Equateur, 4. Australie, 5. Inde (6. Canada, 7. Pays-Bas, 8. Ghana, 9. Thaïlande, 10. Brésil ou d'autres pays). Les participant-e-s effectuent alors des recherches sur Internet à propos des questions qui figurent sur le document photocopié (chaque groupe se concentre sur le pays qui lui a été attribué) et transcrivent les résultats sur le tableau (voir **fiche pratique 2** ; chaque groupe en reçoit une copie).

Etape 4 :

Plénière

Chaque groupe présente alors le pays sur lequel il a effectué des recherches.

Au cours de la discussion qui suit, les participant-e-s cherchent, à l'aide des questions ci-dessous (ou de certaines d'entre elles), les rapports existants et les illustrent :

- Y a-t-il un lien concret entre le revenu national brut (RNB) ou le produit intérieur brut (PIB) et les exportations d'un pays ?
- Quand un pays est-il défini comme pauvre/riche économiquement et quel est alors son RNB/PIB ?
- Que signifie création de valeur pour un pays par ex. comme la Suisse ou l'Ouganda ? Y a-t-il des différences ?
- Quels sont les avantages pour un pays qui produit beaucoup ? Un tel pays doit-il aussi être riche en matières premières ?
- Qu'est-ce que cela apporterait à l'Ouganda si la torréfaction et le conditionnement du café s'effectuaient en Ouganda et non pas aux Pays-Bas ?
- Quels seraient les autres problèmes qui en découleraient ? Les frais de transport augmenteraient-ils ? Les Pays-Bas perdraient-ils alors un segment économique important ou pourraient-ils développer quelque chose d'autres en remplacement ?
- Comment un tel changement pourrait-il avoir lieu, à savoir que le café est torréfié et conditionné en Ouganda ? Qui fournirait les machines/le capital et le savoir-faire nécessaire à cet effet ? Comment se présenteraient ces processus de développement, qui devrait négocier avec qui pour que tous en tirent un bénéfice ?

Etape 5

(pour les participant-e-s qui souhaitent travailler de manière plus approfondie sur le système commercial et économique mondial en vigueur aujourd'hui et ses injustices) :

Franz Fischler demande que l'on mette en place dans le monde de nouvelles règles de concurrence équitables, qu'on les contrôle de manière à ce que le jeu mondial se fasse sur des bases équitables.

Dans la mesure du possible, on invitera des spécialistes (critiques) de la politique, de la coopération au développement, du commerce équitable, de l'économie et/ou du commerce afin de discuter avec les participant-e-s :

- Pourquoi le système économique mondial actuel est-il si injuste ?
- Quels liens peut-on établir entre les pays riches/pauvres et l'industrie axée sur l'exploitation des matières premières et leur transformation ?
- Comment pourrait-on mettre en place une autorité de la concurrence comme la réclame Fischler et selon quelles règles/quels critères devrait-elle fonctionner ?
- Qui devrait collaborer ?
- Quelles stratégies faudrait-il concevoir et réaliser dans le sens d'un système économique mondial équitable ?

Autre alternative s'il n'est pas possible d'inviter des spécialistes pour discuter avec les participant-e-s : les participant-e-s font des recherches sur Internet (par ex. www.attac.ch) et discutent entre eux.

Suggestion 5**Comportement en matière de consommation et labels***But :*

Les participant-e-s s'interrogent sur leur comportement personnel concernant la consommation de café, se familiarisent avec un label du commerce équitable en prenant l'exemple de Max Havelaar et prennent conscience des possibilités et des limites de leur champ d'action personnel.

Matériel :

Panneaux permettant de planter des punaises, cartes, crayons, différentes sortes de cafés (entre autres avec le label fairtrade), 4-5 ordinateurs dotés d'une connexion à Internet

Consignes de travail :

Etape 1 :

Plénière

Mettre en commun son expérience personnelle concernant le café (en tant que marchandise, produit, produit de consommation, etc.) et punaiser les termes clés sur le panneau.

Etape 2 :

Sondage par groupes de 2

Interroger des enseignant-e-s, des parents, des proches ou des passants concernant leurs habitudes en matière de consommation de café (quels produits choisissent-ils ? Quels sont leurs critères d'achat, par exemple le goût, l'origine, le prix, la présentation...) ?

Etape 3 :

Résultats

Evaluer les résultats par groupes en classe, les résumer, les punaiser et comparer.

Etape 4 :

Dégustation (voir également l'atelier sous « Autres suggestions »)

Organiser une petite dégustation de café. Se remémorer les scènes du film où le café est testé et évalué (Lydia Nabulumbi veille, lors du contrôle de qualité, au goût, à la teneur en café/puissance, au degré d'amertume/de douceur). A cet effet, préparer du café en choisissant 3-4 marques différentes (dont un produit fairtrade) et le goûter à l'aveugle sans rien ajouter. Etablir une liste des critères déterminants pour un bon café (par ex. dureté de l'eau, finesse de mouture des fèves, quantité de poudre de café, façon de le servir, ingrédients comme le sucre, le lait, la crème, etc., moment de la journée, humeur personnelle, etc.). Punaiser les résultats sur le panneau.

Etape 5 :

Petite discussion en plénière

Etudier les résultats accrochés au panneau, formuler des questions à ce propos puis en discuter brièvement ; définir la suite du travail.

Etape 6 :

Recherches en groupes sur les labels

Répartir les tâches suivantes entre les groupes de 4 ou 5 participant-e-s :

- A l'aide des liens qui figurent dans les informations générales, répertorier les différents labels que l'on trouve en Suisse.
- Rédiger un court portrait de la fondation Max Havelaar (qui sont les initiateurs ? Comment fonctionne-t-elle ? Quels sont ses objectifs ?).
- Relever les caractéristiques du nouveau label fairtrade.

- Etudier la présence du label Fairtrade chez les gros distributeurs comme Coop et Migros.
- Dresser une vue d'ensemble des différentes sortes de café munis du label Fairtrade, disponibles sur le marché en Suisse.

Etape 7 :

Débat contradictoire en plénière

Répartir entre les groupes les rôles du film, par ex. producteurs/productrices, commerçants/commerçantes, lieux de vente, consommateurs/consommatrices, etc. ; se préparer au débat en utilisant les résultats punaisés sur le panneau. La discussion pourrait par exemple avoir comme titre : « Entre fairtrade et tendances à la mode ». On pourrait ainsi intégrer à la discussion les capsules Nespresso dont l'utilisation ne cesse de s'étendre.

But du débat contradictoire : cerner les possibilités et les limites de l'action personnelle (qui définit les limites : nous-mêmes ? Le marché ? Le prix ? La mode ?).

Suggestions pour approfondir le sujet

Mêmes règles pour tous mais conditions inégales au départ : Olympiades

Le jeu suivant nécessite au minimum une double leçon ; il permet aux élèves de ressentir personnellement l'injustice quand on applique les mêmes règles alors que les conditions sont inégales au départ. Les conditions inégales au départ (dont on n'est pas responsable) et le désavantage qui en découle pour une partie du groupe servent à démontrer le déséquilibre de la concurrence internationale.

Préparatifs du jeu :

L'enseignant-e prépare de l'argent fictif (1 écu, 5 écus, 10 écus, par ex. des rondelles en carton, des « chips » en plastique, etc.)

commun (pain, fromage, jambon, snacks, salade, légumes, boissons, gâteaux, fruits, etc.). Les produits sont disposés pour former un buffet et on indique leur prix (par ex. une tranche de pain coûte 1 écu, 1 morceau de fromage 2 écus, le gâteau 3 écus, etc.).

Des billets pour le tirage au sort sont également préparés : la moitié des participant-e-s reçoit un cercle (= privilégiés), l'autre moitié une croix (= défavorisés).

Tous les élèves choisissent au hasard un billet qui déterminera leur « sort » : la moitié d'entre eux fait partie des privilégiés, l'autre moitié des défavorisés. Les élèves reçoivent ensuite un signe distinctif qui permet de les reconnaître (par ex. un ruban d'une certaine couleur)

Déroulement du jeu :

C'est alors que commencent les Olympiades ; elles se composent de différents concours et jeux d'adresse mais pour le groupe des défavorisés, les conditions de départ sont systématiquement différentes (plus mauvaises !) que pour les privilégiés. Exemples :

- Lors de la course de vitesse, les privilégiés ont le droit de courir normalement alors que les défavorisés doivent sauter sur un pied.
- Pendant un temps limité, il faut puiser dans un seau la plus grande quantité d'eau possible. Les privilégiés disposent d'une louche, les défavorisés d'une cuillère à soupe.
- Il faut lancer dans un panier le plus grand nombre de balles possible. Les défavorisés doivent se tenir plus loin du panier que les privilégiés.
- Les participant-e-s doivent enfiler un déguisement le plus rapidement possible. Les privilégiés reçoivent des habits qui s'enfilent facilement, les défavorisés des habits compliqués avec de nombreux boutons, des lacets, etc.

- Il est possible de donner libre cours à son imagination. On peut aussi proposer en plus des joutes sportives, des problèmes à résoudre dans le domaine du calcul, des sciences, de la langue, des arts, etc. – en prévoyant des conditions de départ inégales. Le concours devient passionnant lorsque les défavorisés ont, une fois ou l'autre, la chance de gagner.

Pour commencer, tous les élèves reçoivent un écu. Ensuite, les gagnants/groupes gagnants reçoivent un écu pour chaque concours gagné, tandis que les perdants/les groupes de perdants ne reçoivent rien.

A la fin des différents concours, on passe à table. Les élèves doivent payer leur repas au moyen des écus gagnés. Seuls peuvent manger ceux qui sont en mesure de payer ... L'enseignant-e s'occupe de la caisse et reste très strict-e – en tout cas au début. Comment les élèves réagissent-ils ?

Evaluation :

Les élèves décrivent ce qu'ils ont ressenti pendant les concours et le : quels étaient les sentiments des défavorisés (injustice, frustration, agressivité, résignation, révolte, etc. ?), quels étaient les sentiments des privilégiés (fierté, joie, honte, pitié, justice, injustice, etc. ?)

Ils décrivent ce qu'ils ressentaient lors du repas : avaient-ils un bon sentiment ? Trouvaient-ils cela juste ? Les 'riches' ont-ils aidé les 'pauvres', y avait-il de la solidarité ? Ou est-ce que l'égoïsme prédominait et que les 'pauvres' devaient rester sur leur faim ? Comment les 'pauvres' ont-ils réagi (révolte, agressivité, mendicité, négociations, etc.) ?

Pour conclure, discuter en plénière : Que nous a appris ce jeu ? Comment peut-on le transposer aux conditions dans le monde ? La situation initiale était-elle juste ou pas ? Pourquoi, où se situent les raisons ? Quelles mesures peut-on prendre pour que la situation soit plus juste ? Qu'est-ce que cela signifie pour la situation sur le marché mondial ?

Café : rituel et consommation

- Répertoire différentes façon de préparer un café et se renseigner s'il en existe d'autres. Dresser une liste par mode de préparation et pays puis comparer (par ex. France, Italie, Autriche, Grèce, etc.).
- Répertoire où et comment le café est servi (bars, cafés, cafés chics, cantines, etc.) ?
- Comparer les appareils et machines servant à préparer le café et essayer de comprendre pourquoi et comment le goût du café peut varier.
- Discuter du rituel de la préparation du café et de la façon dont on boit le café ; en parler si possible autour d'un café que l'on a préparé soi-même.
- Expliquer la signification que prend l'acte de « boire un café » dans notre société (rituel, dépendance, qualité de vie, communication, ...).

Le café dans la publicité

- Réunir des exemples pour illustrer la manière dont on fait de la publicité pour le café à la télévision, sur Internet, dans les quotidiens et les magazines ou sur des affiches. A partir des exemples recueillis, créer un collage coloré et expressif et l'accrocher au mur.
- Essayer de savoir quelles sont les entreprises qui se cachent derrière les différents produits publicitaires et quelles sont leurs stratégies.
- Déterminer la part des produits du commerce équitable.
- Choisir un café et concevoir un slogan publicitaire ou une petite affiche à son propos et le/la présenter aux autres.

L'histoire du café et la musique

- Chercher sur Internet et dans divers ouvrages spécialisés des textes sur l'histoire du café ; comment le grain de café a-t-il été découvert, quelle était la signification du café autrefois, comment le café est-il parvenu en Europe, etc.
- Chercher des chansons (et éventuellement les apprendre et les chanter), des œuvres musicales et/ou de courts métrages consacrés au café (par ex. la fameuse Cantate du café de Jean-Sébastien Bach).

Visite de magasins

Se rendre par groupes dans différents magasins (grands distributeurs, « casseurs de prix », détaillants, magasins du monde, etc.). Comparer l'offre, les concepts de vente et les prix et documenter les résultats par des photos et des notes. Mettre en commun les résultats en classe et en discuter.

Analyse de la restauration

Aller voir différents restaurants et chaînes de restaurants comme MacDonalds, Starbucks, restaurants Migros, etc.. et se renseigner sur les types de cafés proposés (interroger la direction de la filiale) : d'où provient le café ? Y a-t-il des produits de la gamme Fairtrade ou prévoit-on d'en introduire ? Y a-t-il des besoins d'information de la part de la clientèle ?

Visite d'une brûlerie

- La Suisse compte une cinquantaine de brûleries ; en visiter une qui se trouve dans la région.
- engager le dialogue avec les responsables de l'entreprise et poser les questions que l'on aura préparées à l'avance sur le thème du café et du commerce mondial.

Médias permettant d'approfondir le travail

- *Guide du shopping éthique – 200 adresses en Suisse romande*. Barbara Steudler, Nicefutur, 2008. Brochure, dès 14 ans
- *Jeu de la banane*. Hermann Hartmann, é3m, AdC, 1985. Jeu, de simulation, dès 14 ans
- *Comprendre pour agir – Une consommation responsable et un commerce équitable*. Yaël Clech, Arturo Palma Torres, Fabiola Marono Zerbini, ... [et al.], Fédération Artisans du Monde, 2005. Document pédagogique, dès 8 ans
- *Le commerce équitable*. BT, Pemf, Max Havelaar, 2004. Brochure, dès 11 ans
- *Le negocio. Le jeu de société sur le commerce équitable*. Oddes, 2007, dès 8 ans
- *Petit déjeuner solidaire. Le commerce équitable expliqué aux enfants*. Yaël Clech, Fédération Artisans du Monde, 2004. Document pédagogique, Jeu, Photos, dès 8 ans
- *Des bulles dans le commerce*. 5 histoires sur le commerce équitable. BD. Gilles Calza, François Maret, Christophe Vadon, Valérie Bouloudani GRAD, 2004
- *Jeu du commerce mondial*. Orcades, 1980. Jeu, de simulation. Dès 14 ans.

Sites Internet

www.labelinfo.ch information sur les labels de la fondation Pusch (Stiftung praktischer Umweltschutz Schweiz – seulement en allemand)

www.wwf.ch/fr/lewwf/cooperation/qualite/ labels de qualité

www.stocks.ch/rohstoffe/kaffeepreis

le portail suisse des investisseurs ; informations sur le commerce et le prix du café (en allemand)

www.kaffeezentrale.ch/f/shop/havelaar.cfm

centrale du café, café Fairtrade & bio, marques de café, prix, etc.

www.maxhavelaar.ch Fondation Max Havelaar (Informations sur la fondation, produits, producteurs, consommateurs etc.)

www.maxhavelaar.ch/filemanager/publikationen/Factsheet_cafe.pdf

Information de la fondation Max Havelaar (Suisse) sur le café en tant que produit

www.tagesanzeiger.ch/wirtschaft/unternehmen-und-konjunktur/Die-Schweiz-handelt-den-Kaffee-fuer-die-Welt/story/21879629 Article du Tagesanzeiger

www.alliancesud.ch/fr/documentation/dossiers/commerce-equitable

dossier électronique thématique de Alliance sud

www.alliancesud.ch/fr/documentation/dossiers/ESS

dossier électronique thématique de Alliance sud sur l'économie social et solidaire

www.interportal.ch/fr/themes/dossiers/commerce-equitable

Réseau de la coopération internationale et de la politique de développement, informations concernant le commerce équitable et les labels

Adresses

Films pour *un* seul monde

Monbijoustrasse 31, CP, 3001 Berne

Tél. 031 398 20 88

mail@filmeeinewelt.ch

www.filmeeinewelt.ch

Fondation Education et Développement

Avenue de Cour 1, 1007 Lausanne

Tél. 021 612 00 81

fed@globaleducation.ch

www.globaleducation.ch

Marché libre, commerce subventionné et commerce équitable



MARCHE LIBRE

Ma définition :

Avantages :

Désavantages :

Exemples :

COMMERCE SUBVENTIONNE

Ma définition :

Avantages :

Désavantages :

Exemples :

COMMERCE EQUITABLE

Ma définition :

Avantages :

Désavantages :

Exemples :

Données caractéristiques de différents pays concernant le commerce

PAYS	
Question :	Réponse :
Quel est son RNB/ PIB (revenu national brut ou produit intérieur brut) ?	
Quels sont les biens exportés ?	
Quels sont les biens importés ?	
A combien s'élève le commerce au total ?	
Quelle est la part de l'industrie (de transformation) ?	
Quelle est la part des matières premières dans le commerce ?	
Quelle est la place occupée par ce pays sur l'échelle mondiale (concernant la richesse/la pauvreté) ?	
De quelles alliances économiques ce pays est-il membre ?	
Quelles sont les intentions et/ou les perspectives économiques de ce pays ?	
Quelle place occupe le secteur agricole dans ce pays ?	
...	

Déclarations de Franz Fischler

- 1 « Mondialisation signifie égalité de traitement pour des partenaires inégaux. Cela crée des injustices. »

- 2 « Il n'est pas possible de construire un monde juste en ignorant les différences. »

- 3 « La première mesure – la plus importante aussi – serait de mettre en place des règles mondiales pour la concurrence ; mais il ne faudrait pas se contenter de les créer, il faudrait aussi les contrôler. On aurait donc aussi besoin d'une autorité de la concurrence qui serait chargée de veiller à ce que le jeu se déroule selon des règles équitables. »

- 4 « Il faut prendre des mesures radicales pour imposer la loyauté sur le marché et ne pas laisser régner la loi de la jungle ! »

Déclarations de Franz Fischler

(Version longue)

Groupe 1 :

« TRADE INSTEAD OF AID, commercer plutôt qu'aider, était le slogan des partisans du néolibéralisme. C'était une erreur. Il s'agit de faire valoir et de mettre en œuvre AID FOR TRADE, aider pour commercer ! Il faut d'abord créer pour ces pays pauvres des conditions favorables à la production de biens qu'ils puissent ensuite vendre...

Mondialisation signifie égalité de traitement pour des partenaires inégaux. Cela crée des injustices. » (Franz Fischler)

Groupe 2 :

« La mondialisation c'est prendre l'histoire à contre-sens. Le libre marché comme but et fin crée une égalité sans merci, mais ignore des différences criantes dans un monde d'inégalité. On ne peut pas créer un monde juste en ignorant les différences. » (Franz Fischler)

Groupe 3 :

« La première et la plus importante mesure serait de mettre en place des règles pour la concurrence mondiale et de contrôler leur application. Il faudrait donc un organisme s'occupant de la concurrence mondiale et veillant à ce que l'on joue avec des moyens équitables. Le plus gros problème du marché, c'est que chacun tente de se soustraire aux règles. » (Franz Fischler)

Groupe 4 :

« Par ex. les cartels internationaux, par exemple ce qui se passe avec le pétrole mais aussi dans le secteur agricole et alimentaire avec des acteurs puissants qui ont le monopole ! Il faut donc prendre des mesures radicales contre ça pour que le marché soit effectivement équitable et que ce ne soit pas la loi de la jungle ! » (Franz Fischler)

Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD)

En l'an 2000, les chefs d'Etat et de gouvernement de tous les Etats membres de l'ONU ont adopté la « Déclaration du Millénaire » et se sont engagés par là à réduire de moitié d'ici à 2015 la proportion de la population vivant dans une pauvreté absolue. Les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) comprennent huit objectifs ; l'objectif 8 « Mettre en place un partenariat mondial pour le développement » concerne en particulier les pays industrialisés. Les pays riches sont invités à investir davantage dans la coopération au développement, à apporter une solution à l'endettement des pays pauvres et à instaurer un système commercial équitable au profit des pays les moins développés.

Groupe 1 :

Objectif du Millénaire pour le Développement 8 :

METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT MONDIAL POUR LE DEVELOPPEMENT

Objectifs partiel 12 : instaurer un système commercial et financier plus ouvert fondé sur des règles fixes, prévisible et non discriminatoire. Ceci comprend également la bonne gouvernance, le développement et la lutte contre la pauvreté à la fois au niveau national et international.

Groupe 2 :

Objectif du Millénaire pour le Développement 8 :

METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT MONDIAL POUR LE DEVELOPPEMENT

Objectif partiel 13 : il s'agit de répondre aux besoins spécifiques des pays les moins développés. Les mesures qui en font partie sont notamment l'accès aux marchés sans taxes douanières et sans quotas pour les exportations de ces pays, un allègement accru de la dette pour les pays pauvres fortement endettés, la suppression de toutes les dettes publiques bilatérales de ces pays ainsi qu'une aide au développement plus généreuse aux pays qui déploient des efforts particuliers pour réduire la pauvreté.

Groupe 3 :

Objectif du Millénaire pour le Développement 8 :

METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT MONDIAL POUR LE DEVELOPPEMENT

Objectif partiel 16 : en collaboration avec les pays en développement, il s'agit de créer des emplois dignes et productifs pour les jeunes.

Groupe 4 :

Objectif du Millénaire pour le Développement 8 :

METTRE EN PLACE UN PARTENARIAT MONDIAL POUR LE DEVELOPPEMENT

Objectif partiel 17 : en collaboration avec l'industrie pharmaceutique, il s'agit de fournir aux pays en développement des médicaments essentiels à des prix accessibles à tous.